

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata di Indonesia telah menjadi salah satu sektor penting dalam berbagai bidang kehidupan untuk manusia salah satunya pada bidang perekonomian. Dalam perekonomian, peran pariwisata sangatlah penting dalam pembangunan nasional suatu Negara. Hal ini dikarenakan pariwisata menghasilkan pemasukkan yang besar untuk Negara dari segi pajak dan pendapatan yang diperoleh. Selain sebagai sumber perolehan Negara, juga banyak memberikan bantuan ekonomi terhadap bidang-bidang lainnya, diantaranya menciptakan dan memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, serta mempererat persatuan dan kesatuan bangsa.

Salah satu industri pariwisata yang sangat berperan dalam perekonomian di Indonesia adalah hotel. Peran hotel dalam industri pariwisata sangatlah penting. Tanpa adanya akomodasi hotel yang memadai di daerah tersebut maka industri pariwisata akan mengalami kesulitan dalam perkembangannya. Wisatawan akan lebih tertarik ke tempat wisata yang disekitarnya terdapat beberapa hotel atau penginapan terutama wisatawan dari luar daerah, dikarenakan mereka bisa beristirahat beberapa hari jika waktu berlibur mereka yang cukup lama.

Perkembangan hotel di Yogyakarta ini sudah sangat banyak, hampir di sekitar tempat pariwisata sudah berdiri hotel atau wisma yang baru muncul atau sudah lama. Adanya akomodasi hotel di Yogyakarta ini tentu menghasilkan pendapatan yang luar biasa, karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung ketempat wisata, semakin banyak pula para wisatawan yang beristirahat untuk menginap di hotel atau wisma tersebut.

Berkembangnya zaman, di kota Yogyakarta semakin banyak hotel yang bermunculan. Dari beberapa hotel yang ada di Yogyakarta saat ini tidak semua hotel sudah berbintang, masih banyak hotel yang non bintang, dari mulai hotel yang berlandaskan konvensional dan hotel yang berlandaskan syariah, termasuk Wisma Nendra Hotel Syariah. Berikut data Hotel Non Bintang yang ada di Yogyakarta :

Tabel 1.1

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Hotel Non Bintang</b>	<b>Jumlah Kamar</b>	<b>Wisatawan Mancanegara di Hotel Non Bintang</b>	<b>Wisatawan Nusantara di Hotel Non Bintang</b>	<b>Tingkat Penghuni Kamar (TPK) di Hotel Non Bintang</b>
<b>2013</b>	479 Hotel	8.871 (belum termasuk pondok wisata)	56.489 orang	1.575.329 orang	38,60%
<b>2014</b>	521 Hotel	9.963 (belum termasuk pondok wisata)	54.349 orang	1.897.819 orang	36,63%
<b>2015</b>	561 Hotel	10.963 (belum termasuk pondok wisata)	76.514 orang	2.230.424 orang	38,45%

<b>2016</b>	521 Hotel	9.963 (belum termasuk pondok wisata)	40.486 orang	2.100.246 orang	42,15%
<b>2017</b>	589 Hotel	10.376 (belum termasuk pondok wisata)	55.207 orang	2.556.711 orang	43,79%

*Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta*

Wisma Nendra Hotel Syariah ini awalnya berdiri pada tahun 1978 dengan berlandaskan hotel konvensional dengan nama Wisma Nendra, kemudian dirubah menjadi hotel berbasis syariah pada tahun 2015 dan berganti nama menjadi Wisma Nendra Hotel Syariah. Lokasi Wisma Nendra Hotel Syariah beralamat di Jln.Dagen No.50, Sosromeduran, Gedong Tengen, Yogyakarta. Wisma Nendra Hotel Syariah adalah hotel yang pertama kali berdiri di Jln.Dagen tersebut tetapi masih berlandaskan konvensional.

Wisma Nendra Hotel Syariah pada waktu awal didirikan, hotel ini sangat ramai dikunjungi oleh para wisatawan di sekitar Malioboro dikarenakan lokasi yang strategis tepatnya di pusat kota Yogyakarta. Semakin banyaknya persaingan dari tahun ke tahun dan semenjak dirubah menjadi hotel yang berlandaskan syariah, hotel ini menjadi jarang dikunjungi oleh wisatawan, karena sudah banyak hotel yang muncul di Yogyakarta terutama di sekitar wisata Malioboro tepatnya di Jln.Dagen, Sosromeduran.

Berkembangnya zaman, mulai banyak dan berdirinya hotel baru dengan kelasnya yang berbintang di sekitar Jln.Dagen Sosromeduran dengan penampilan atau bentuk bangunan yang modern dan fasilitas yang lengkap

sangat menarik para wisatawan yang berkunjung. Hal itu merupakan salah satu faktor penyebab Wisma Nendra Hotel Syariah mengalami penurunan pada perekonomiannya.

Para wisatawan akan banyak yang tertarik dengan hotel dengan penampilan baru, karena mereka berfikir akan merasa nyaman dan puas. Hotel yang berlandaskan konvensional biasanya menyediakan fasilitas untuk kenyamanan dan kepuasan para konsumennya tanpa memperdulikan pendapatan/hasil yang mereka dapatkan adalah halal atau kharam. Pada hotel yang berlandaskan konvensional tidak melarang konsumennya bagi yang belum mahramnya untuk 1 (satu) kamar. Menurut ajaran agama Islam, akhwat dan ikhwat tidak diperbolehkan berada pada 1 (satu) ruangan karena termasuk salah satu perbuatan yang melanggar larangan agama Islam dan termasuk perbuatan zina.

Pada hotel yang berlandaskan konvensional tidak memperdulikan usaha yang mereka lakukan melanggar ajaran agama Islam atau tidak, yang mereka utamakan adalah pendapatan yang membuat keuntungan pada hotel tersebut. Pada hotel konvensional terdapat fasilitas yang disediakan seperti, adanya bar, menyediakan minuman beralkohol, antara akhwat dan ikhwat yang belum mahramnya diperbolehkan 1 (satu) ruangan/kamar, kolam renang antara akhwat dan ikhwat dijadikan 1 (satu), toilet antara akhwat dan ikhwat tidak dipisah, belum/tidak adanya ruang ibadah, belum/tidaknya petunjuk arah kiblat disetiap kamar atau ruang ibadah.

Usaha hotel khususnya hotel syariah adalah bisnis yang menyediakan akomodasi yang berupa pelayanan, fasilitas, makan dan minum, dan yang pasti adanya persyaratan yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Dalam pelayanan itu sendiri seperti, memuliakan tamu, kesediaan membantu cepat, tepat, andal, konsisten, amanah, dan bisa menghargai/menghormati tamu. Fasilitas itu sendiri, seperti toilet (peralatan istinja), TV, AC, ruang tamu, kolam renang, lahan parkir dan adanya ruang ibadah. Makan dan minuman itu sendiri, yaitu yang memiliki sertifikasi halal atau yang ada label dari MUI. Sedangkan persyaratan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, yaitu tidak diperbolehkannya yang belum mahramnya berada pada satu kamar, kolam renang antara akhwat dan ikhwat dipisah, toilet antara akhwat dan ikhwat dipisah, ruang ibadah antara akhwat dan ikhwat dipisah. Dengan menambahkan nama syariah dibelakangnya, berarti usaha hotel yang dimaksud dalam menjalankan aktivitas usahanya adalah harus sesuai dengan ajaran agama Islam dengan aspek produk yang dijual, aspek penawaran, dan aspek pelayanan hotel tersebut (Janitra, 2017:7).

Mengembangkan sektor pariwisata syariah khususnya hotel yang berlandaskan prinsip syariah, merupakan hal yang dinilai penting oleh mayoritas peneliti bidang pariwisata. Hal tersebut didasari atas beberapa peluang yang muncul, diantaranya:

1. Banyak wisatawan Timur Tengah yang mengalihkan destinasi wisata mereka dari Amerika Serikat dan Inggris menjadi ke kawasan Asia, termasuk Indonesia, pasca peristiwa 11 September. Peristiwa inilah yang

kemudian mendorong mereka untuk mencari alternatif wisata lainnya dikawasan Asia, yang kemudian mendorong *demand* akan penginapan yang *respect* terhadap kepercayaan turis Timur Tengah tersebut (Zakiah dan Fadilah, et.al, 2013:95-108 dalam Janitra, 2017:8).

2. Wisatawan Timur Tengah yang cenderung *high spending and lucrative market* menjadi daya tarik tersendiri bagi industri perhotelan untuk menyediakan layanan Islami demi memenuhi kebutuhan mereka (Zafir, et.al, 2015 dalam Janitra, 2017:8).
3. Kecenderungan *Customer* muslim dalam menilai sebuah produk pariwisata, tidak hanya dari fungsi atas produk tersebut, harga produknya, kenyamanan nilai sosial yang dia dapatkan, akan tetapi *customer* muslim juga menilai dari sisi ketersediaan produk pariwisata yang sesuai dengan syariah seperti makanan halal, dan juga ketersediaan fasilitas *nonphysical* yang sesuai syariah seperti seni dan hiburan. Hal ini karena agama menjadi unsur penting dalam membentuk pola konsumsi seseorang, termasuk dalam memilih penginapan dan produk pariwisata (Riyad dan Hatem, 2014:1-14 dalam Janitra, 2017:8).

Perkembangan hotel berlandaskan Syariah dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena berkembangnya pola pikir masyarakat tentang prinsip Syariah dengan salah satu kelebihanannya adalah memberikan rasa aman dan nyaman untuk para konsumennya, dan yang didapat dari pemilik hotel syariah tersebut adalah penghasilan/pendapatan uang yang halal tanpa menyalahi/melanggar aturan agama Islam. Cakupan

bisnis hotel Syariah tidak hanya terbatas kepada komunitas muslim saja, melainkan diperuntukkan bagi masyarakat umum lainnya. Dari segi manajemen tak jauh beda dengan sistem operasional hotel pada umumnya (Ismayanti dan Syaharuddin).

Hotel berlandaskan syariah tak jauh berbeda dengan hotel yang berlandaskan konvensional dalam strategi pemasaran. Pada manajemen marketing berbasis syariah ini memiliki beberapa pedoman yang perlu diperhatikan yaitu, yang bersifat *rabbaniyah* atau tingkat keimanannya tinggi, akhlak harus bagus, dan memanusiakan manusia (humanistik) (Sula, et.al dalam Hamzah, 2013).

Pemasaran syariah sangat diperlukan bagi para pengusaha/pemilik hotel, karena pemasaran syariah bukan hanya sekedar pemasaran spiritual yang melekat pada hal-hal yang bersifat religius, tetapi pemasaran syariah mengajarkan bahwa dalam memasarkan produknya pemilik atau pemasar harus jujur kepada masyarakat. Dengan berlandaskan syariah tujuannya untuk mencegah pemilik/pemasar masuk dalam lubang kekeliruan dan kecurangan. Hal tersebut dikarenakan syariah berperan dalam pemasaran pada produk, artinya terdapat suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga perusahaan tidak seenaknya dalam mencari keuntungan saja, agar keuntungan yang didapatkan halal (Arif, et.al, 2010:5 dalam Rifqi Yulianto, 2014:4).

Diantara beberapa strategi pemasaran yang ada, yang peneliti gunakan adalah strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau

yang biasa disebut dengan *marketing mix* digunakan untuk mengetahui strategi yang digunakan pada studi kasus yang peneliti pilih (Yoeti, et.al, 2004:26). Dalam *marketing mix* yang peneliti lakukan terdapat 7 (tujuh) faktor yang digunakan yaitu, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people of participant* (orang yang berpartisipasi), *process* (proses), *physical evidence* (bentuk fisik).

Berdasarkan uraian diatas, berkaitan dengan konsep strategi marketing syariah yang digunakan, Wisma Nendra Hotel Syariah perlu mengembangkan beberapa unsur pemasaran *marketing mix* yang terdapat dalam konsep marketing syariah. Sehingga dengan demikian, hal ini dapat meminimalisir adanya praktek kecurangan dan kekeliruan yang banyak terjadi pada sistem pemasaran syariah. Berdasarkan hal tersebut maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian terkait penerapan konsep *marketing syariah*, dalam hal ini akan ditinjau melalui pendekatan *marketing mix*.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana aktivitas pemasaran pada Wisma Nendra Hotel Syariah dalam penggunaan *marketing mix*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengungkapkan dan mengkaji bagaimana aktifitas pemasaran pada Wisma Nendra Hotel Syariah dengan menggunakan pendekatan *marketing mix*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan atau informasi bagi manajer perusahaan, khususnya pada bisnis hotel berbasis syariah.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pengusaha hotel khususnya Hotel Syariah dalam menerapkan praktik bisnis dengan menggunakan pendekatan *marketing mix*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi para masyarakat dalam menentukan penginapan.
- c. Penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu syarat memenuhi tugas akhir peneliti guna memperoleh gelar S.E pada Fakultas Agama Islam prodi Ekonomi Syariah.